

CapScent, la petite capsule qui révolutionne le marketing de l'échantillon, évolue et s'adapte à tous les cosmétiques

Aujourd'hui plus que jamais, les échantillons séduisent, en particulier sur le marché de la cosmétique !

Et cela, autant pour les marques qui voient dans l'échantillon un précieux outil pour se faire connaître, que pour les consommateurs qui considèrent quant à eux l'échantillon comme un moyen ludique et efficace de découvrir et de tester un produit.

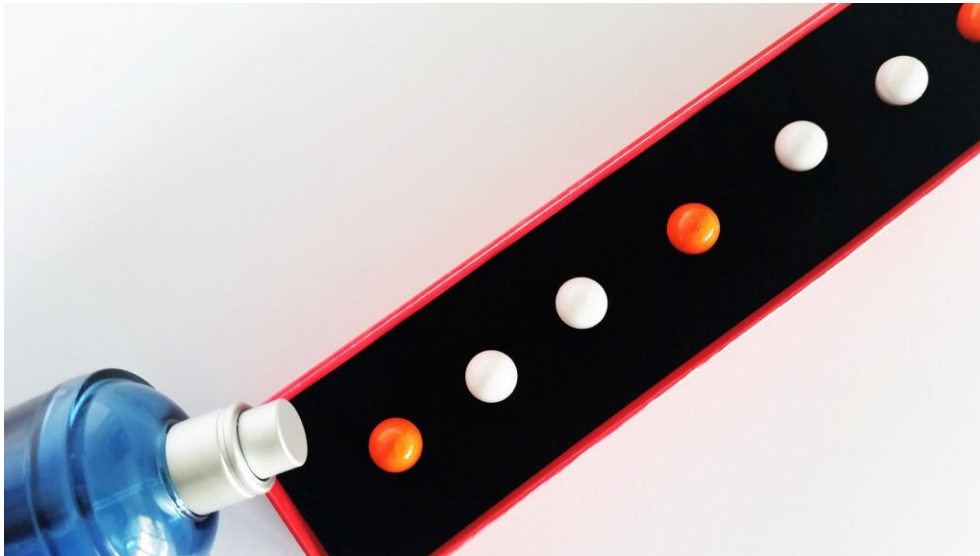


Et les chiffres sont là pour témoigner de ce plébiscite puisque, selon Cosmétique Mag, 57% des consommatrices utilisent systématiquement les échantillons reçus en magasin ; 69% testent les échantillons de parfums proposés dans les magazines ; et 76% regardent le nom du produit et de la marque avant de le tester.

L'entrée dans une nouvelle ère de l'échantillon

[CapScent](#), la petite capsule créée par la société Saabelis, révolutionne véritablement le marché de l'échantillon.

Ces capsules sont réalisées à partir d'un matériau souple spécialement adapté à cet usage. Il suffit d'une simple pression sur cette petite bille pour libérer le produit qu'elle renferme et ainsi, sentir et/ou déposer quelques gouttes de produit sur sa peau.



Agnion Mpiere, dirigeant de Saabelis, commente :

Après les capsules destinées aux marques de parfum, nous inaugurons une nouvelle ère sur le marché de l'échantillon en proposant désormais la CapScent pour tous les produits cosmétiques : parfums, crèmes, huiles essentielles, sérums et lotions.

De l'échantillon à la monodose



La solution Capscent permet de créer :

- des solutions et produits nomades (voyages, vacances, week-end),
- une offre complète au-delà de l'échantillon, telle que la monodose, des trousseaux beauté ou des coffrets découvertes,

- des solutions "expérientielles" permettant aux utilisateurs de vivre de nouvelles expériences et aux marques de créer de l'engagement avec de nouveaux clients.

La nouvelle version de cette capsule échantillon permet en effet des utilisations à l'infini, parmi lesquelles :

- un testeur, en point de vente,
- sampling, gift ou promotion,
- monodose, skincare et soin,
- dual : quand le mélange doit être réalisé au dernier moment.



Et au-delà de ces usages, CapScent se distingue également par la multitude de formes qu'elle peut prendre, comme en témoigne Agnion Mpiere :

Nous nous adaptons aux demandes des marques et pouvons personnaliser la CapScent afin d'être au plus près de leur image. Et cela tout en révolutionnant la gestuelle client utilisateur : plus originale, ultra rapide et efficace.

Et là où certains proposent des miniatures et autre sticks classiques, CapScent propose un échantillon qui fait appel à d'autres sens, tels que le visuel, le toucher, l'ouïe et bien sûr l'odorat.

Les plus de CapScent

- Offrir une expérience client nouvelle,
- Donner à l'échantillon les traits de customisation d'une marque comme l'est un flacon,
- Rendre le geste de restitution plus rapide, plus pratique et plus efficace,
- Véhiculer une image de marque d'une manière plus haut de gamme,

- Offrir plusieurs solutions, du testeur à la monodose,
- Convient aux parfums, mais également à toutes les solutions cosmétiques liquides, de faible à moyenne viscosité, y compris donc les huiles essentielles.



Agnion Mpiere d'ajouter, concernant les avantages de ce mode de conditionnement totalement innovant :

CapScent est une solution qui favorise la découverte d'un parfum ou d'un produit cosmétique quelconque n'importe où, même dans un environnement isolé comme une chambre d'hôtel ou un avion

A propos de Saabelis

Spécialisée dans l'échantillonnage, Saabelis intervient également sur deux autres secteurs distincts : les books d'échantillons de tissus et papiers peints, et les solutions de room shopping pour les hôtels 4*.

Concernant l'origine de CapScent, Agnion Mpiere raconte :

J'étais en train de chercher une solution pour conditionner des parfums afin de les distribuer dans les hôtels. Le cahier des charges devait répondre à certains critères précis, parmi lesquels ces échantillons étaient



destinés à des chambres d'hôtels haut de gamme, et les clients devaient pouvoir les tester et les commander si besoin.

Or, à l'époque, il n'existait pas de tel mode de conditionnement sur le marché de l'échantillon.

C'est donc naturellement qu'Agnion Mpiere, diplômé de l'ENSAM (Ecole nationale supérieure des arts et métiers), a décidé de créer et commercialiser CapScent pour les parfumeurs, les distributeurs ainsi que les agences d'événementiels, notamment pour réaliser du street marketing.

Flexible et personnalisable à l'infini, la nouvelle capsule CapScent offre à la fois une expérience client inédite et une opportunité pour les marques de cosmétiques de révolutionner leur marketing produit.

En savoir plus

Site internet : <http://www.capscent.fr>

Dossier de presse : <http://www.relations-publiques.pro/wp-content/uploads/dp/saabelis.pdf>

Contact presse

Saabelis/CapScent
Agnion Mpiere
E-mail : info@saabelis.com
Tél. : 06 63 09 32 33

